

**VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA**

KATEDRA MANAGEMENTU

Podnikatelský záměr zřízení ubytovacího zařízení

A Business Plan of Establishing Accomodation Facilities

Student: Veronika Gabrhelová

Vedoucí bakalářské práce: Ing. Stefanovová Zuzana, Ph.D.

Ostrava 2011

Prohlášení

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou práci včetně příloh vypracovala samostatně.

V Uherském Hradišti dne 11. května 2011

Veronika Gabrhelová

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucí diplomové práce Ing. Zuzaně Stefanovové, Ph.D., především za její vstřícnost, cenné rady a připomínky, kterými přispěla k vypracování bakalářské práce. V další řadě rodičům a přátelům za všestrannou podporu během studia.

1	Úvod.....	1
2	Metodika zpracování a cíl bakalářské práce	2
2.1	Metodika zpracování bakalářské práce	2
2.2	Cíl bakalářské práce	2
3	Teoretická východiska	3
3.1	Podnik a podnikání.....	3
3.1.1	Podnikání.....	3
3.1.2	Podnik.....	3
3.1.3	Podnikatel.....	4
3.1.4	Velikost podniku	4
3.1.5	Právní formy podnikání.....	5
3.1.5.1	Podniky jednotlivce.....	5
3.1.5.2	Osobní společnosti	6
3.1.5.3	Kapitálové společnosti	6
3.2	Hotelnictví v cestovním ruchu	8
3.2.1	Provozovna ubytovacích služeb	8
	Hotel.....	8
	Motel	9
	Penzion.....	9
	Ostatní ubytovací zařízení	9
3.3	Podnikatelský plán	9
3.3.1	Zakladatelský podnikatelský plán	9
3.3.2	Účel a smysl podnikatelského plánu	10
3.3.3	Požadavky na podnikatelský plán	11
3.3.4	Typy podnikatelského plánu	11
3.3.5	Struktura podnikatelského plánu.....	13
4	Vymezení a charakteristika podniku.....	17
4.1	Popis podniku.....	17
4.2	Marketingový mix	19
4.2.1	Product	20
4.2.2	Price.....	22
4.2.3	Promotion.....	23
4.2.4	Place	24

4.3	Organizační plán	24
4.4	Finanční plán	26
4.4.1	Vstupní rozvaha.....	27
4.4.2	Rozbor nákladů	27
4.4.2.1	Finanční prostředky potřebné k založení podniku	27
4.4.2.2	Finanční prostředky pro financování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku	28
4.4.2.3	Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého nehmotného majetku	28
4.4.2.4	Finanční prostředky na nákup oběžného majetku	28
4.4.2.5	Finanční prostředky potřebné před zahájením podnikání	29
4.4.2.6	Finanční prostředky potřebné na měsíc provozu.....	30
4.4.2.7	Osobní náklady na zaměstnance	30
4.4.3	Rozbor výnosů.....	31
4.4.3.1	Maximalistická varianta výnosů.....	31
4.4.3.2	Optimistická varianta výnosů.....	31
4.4.3.3	Pesimistická varianta výnosů	32
4.4.3.4	Realistická varianta výnosů.....	32
4.4.4	Předpokládaný výsledek hospodaření za 1. rok podnikání	33
5	Výsledky průzkumů, analýz, anket	34
5.1	Dotazníkové šetření.....	34
5.2	Srovnání konkurenčních zařízení	39
5.3	PEST analýza	40
5.3.1	Politické faktory	40
5.3.2	Ekonomické faktory	40
5.3.3	Sociální faktory	42
5.3.4	Technologické faktory.....	42
5.4	SWOT analýza	42
6	Doporučení.....	44
7	Závěr.....	44
	Seznam použité literatury.....	46
	Seznam zkratk.....	49
	Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce	50
	Přílohy.....	51

1 Úvod

„Úspěchu ve svém oboru dosáhnete, pokud nevíte, jestli to, co děláte, je práce nebo zábava.“

Warren Beatty

Toto téma jsem si zvolila pro moji oblibu v hotelnictví. V této oblasti se pohybuji již několik let. Vyzkoušela jsem si práci v ubytovacích zařízeních od pozice pokojské až po recepční v tuzemských i zahraničních hotelech. Měla jsem možnost nahlížet provozním pracovníkům a manažerům tzv. „pod ruce“. I když první setkání s prací v hotelu nebylo zrovna nejšťastnější, postupem času jsem odhalovala podstatu a jádro tohoto krásného oboru. Podle mého názoru by tuto činnost měli provozovat lidé, kteří hotelnictví rozumí jako celku. Ne lidé, kteří si myslí, že provozovat ubytovací zařízení je dobrá cesta jak si přijít k penězům. Člověk podnikající v této oblasti by měl mít vztah k této práci a být jí odevzdáný. K hotelnictví jsem si za dobu kterou se v něm pohybuji, vypěstovala pevnou vazbu a doslova mi trhá srdce, když navštívím podnik, ve kterém zdaleka neodpovídá kvalita poskytovaných služeb jejich ceně. Především když jako zákazník odcházím se špatným pocitem z nekvalifikovaného a neodborného personálu. Pokud někdo vykonává práci zedníka, musí mít vyučení v oboru. Podle mého názoru by to mělo být i v hotelnictví.

Mým snem je podnikání v této činnosti. Z tohoto důvodu jsem si zvolila zakončit své bakalářské studium tímto tématem. Podnikatelský záměr je jedním z kroků, které musí podnikatel uskutečnit, než se do samotného podnikání pustí. Podnikatelský záměr ukáže, zda je projekt vůbec životaschopný. Je sestavován pro potřebu podnikatele, aby měl své myšlenky a plány sepsány a v další fázi nebylo nic opomenuto. Dále slouží jako podklad pro banky, které se na jeho základě rozhodují, zda podnikateli poskytnou úvěr. Slouží také pro investory, kteří z něj posuzují, jestli své peníze do plánovaného projektu vložit, či nikoliv.

V teoretické části rozebírám podnik, osobu podnikatele, podnikání a podnikatelský plán. Podle knih má podnikatelský plán danou svoji strukturu, ale podle mého názoru záleží na rozhodnutí podnikatele, na kterou dílčí část se více zaměří. V praktické části je samotný podnikatelský záměr. Jedná se o zřízení malého hotelu, který splňuje parametry **** hotelu first class ve kterém bude k dispozici 52 lůžek včetně přistýlek ve 26 pokojích. Ubytovaní

bude určeno pro solventnější zákazníky a pro zahraniční klientelu a především bude vhodné pro konání konferencí, školení, seminářů.

2 Metodika zpracování a cíl bakalářské práce

Ke každé práci, kterou vykonáváme, musím mít předem zvolený pracovní postup, který nás dovede k požadovanému cíli. Metodika je způsob myšlení při řešení problémů. Zabývá se různými formami zkoumání vnitřních a vnějších faktorů působících na danou problematiku. Na počátku musíme tuto problematiku pochopit, stanovit si, jakým způsobem budeme při řešení problému postupovat, získané výsledky použít v praxi a následně jej prezentovat. Tento postup by měl být přehledný a logický.

2.1 Metodika zpracování bakalářské práce

Jako základ při psaní bakalářské práce jsem si vytvořila osnovu práce. Dále jsem získávala odbornou literaturu dané problematiky, přesněji podnikové ekonomiky, sestavování podnikatelského plánu, řízení hotelového provozu apod. Po té jsem zkoumala konkurenční prostředí formou dotazování a internetových stránek. Dále jsem vedla účelné rozhovory s provozními pracovníky ubytovacích zařízení a rozesílala dotazníky elektronickou formou. Použila jsem tyto metody:

- Komparace – srovnávání ostatních konkurenčních ubytovacích zařízení (poskytované služby, cena poskytovaných služeb, vybavení)
- Analýza – zkoumání a následné rozložení na dílčí části, kterými jsem si ověřovala správnost údajů, ale i vytvářela nové skutečnosti.
- Dedukce – vytvářela jsem logické závěry ze všeobecných soudů a získaných výsledků k jednotlivým případům.

2.2 Cíl bakalářské práce

Každá lidská práce je započata za záměrem dosažení určitého cíle. Tímto cílem mé bakalářské práce bude vytvoření fiktivního ubytovacího zařízení v Uherském Hradišti a zároveň zjištění, zda by tento projekt byl životaschopný. Mým osobním cílem této práce bude ověření získaných teoretických a do jisté míry i praktických znalostí v praxi. Chtěla bych také upozornit na potřebu kvalifikovaných pracovníků v této oblasti podnikání.

3 Teoretická východiska

3.1 Podnik a podnikání

3.1.1 Podnikání

Podnikání je činnost k uspokojování lidských potřeb. Pojem podnikání objasňuje obchodní zákoník, tj. zákon, který upravuje vztahy související s podnikáním.

Podnikání se rozumí soustavná činnost prováděná samostatně podnikatelem vlastním jménem a na vlastní odpovědnost za účelem dosažení zisku. [17]

Pojem podnikání můžeme interpretovat také z několika dalších rozdílných hledisek: [10]

- Ekonomické pojetí

podnikání je chápáno jako zapojení ekonomických zdrojů a jiných aktivit tak, aby jejich původní hodnota byla zvýšena. Jedná se o dynamický proces vytváření přidané hodnoty.

- Psychologické pojetí

při podnikání máme potřebu něčeho dosáhnout, něco získat, vyzkoušet si něco či si něco splnit. V tomto hledisku je podnikání chápáno jako prostředek realizace, postavení se na vlastní nohy.

- Sociologické pojetí

vytváření blahobytu pro zainteresované osoby, vytváření pracovních míst a příležitostí.

A však k obecným rysům podnikání patří cílevědomá činnost, kreativní přístupy, organizování a řízení transformačních procesů, praktický přínos, užitek, přidaná hodnota, převzetí rizika neúspěchu, opakování, cyklický proces. [10]

3.1.2 Podnik

Nejobecněji lze podnik charakterizovat jako subjekt, ve kterém dochází k přeměně zdrojů (vstupů) ve statky (výstupy). Obsáhleji jej můžeme definovat jako uspořádaný soubor prostředků, zdrojů, práv a jiných majetkových hodnot (vlastních či pronajatých), které slouží podnikateli k provozování podnikatelské činnosti. Právně je podnik interpretován jako soubor hmotných, nehmotných a osobních složek podnikání. [10]

3.1.3 Podnikatel

Podnikatelem může být fyzická nebo právnický osoba, která získala živnostenské oprávnění podle živnostenského zákona (zákon č. 455/1991 Sb., ve znění pozdějších předpisů). Průkazem živnostenského oprávnění je živnostenský list nebo koncesní listina. [9]

Pro osobu podnikatele můžeme najít několik společných rysů: umění nacházet příležitosti a vytyčovat nové cíle, zabezpečení finančních prostředků nezbytných k podnikání, rozumět předmětu podnikání, podstupování rizika, sebedůvěra, vytrvalost dlouhodobé nasazení, učit se ze zkušeností. [10]

Journal of small business osoby podnikatelů charakterizuje jako „*osoby, které profitují na základě iniciativy a riskování.*“ [1]

3.1.4 Velikost podniku

Pro malé a střední podniky nelze najít jednotnou a stálou definici, která by byla uznávána všeobecně. Český statistický úřad na základě Eurostatu tyto podniky rozděluje podle počtu zaměstnanců do tří skupin:

- Malé podniky (do 20 zaměstnanců)
- Střední podniky (do 100 zaměstnanců)
- Velké podniky (100 a více zaměstnanců)

Podle směrnic EU je velikost podnikatele rozdělena do těchto tří skupin:

- Drobný podnikatel (méně než 10 zaměstnanců, obrat firmy nepřesahuje 2 mil. EUR)
- Malý podnikatel (méně než 50 zaměstnanců, obrat firmy nepřesahuje 10 mil. EUR)
- Střední podnikatel (méně než 250 zaměstnanců, obrat firmy nepřesahuje 50 mil. EUR)

3.1.5 Právní formy podnikání

3.1.5.1 Podniky jednotlivce

Podnik jednotlivce vlastní jedna osoba. Většinou se jedná o podnikání v menším rozsahu, proto má dvě výhody – k založení tohoto podniku je potřeba menší kapitál a jeho regulace ze strany státu je minimální. Mezi nevýhody patří obtížný přístup ke kapitálu, omezená životnost firmy daná délkou života podnikatele a neomezené ručení za dluhy podniku. Podniky jednotlivce mají formu živnosti. [9]

Živnost je soustavná činnost provozovaná samostatně, vlastním jménem, na vlastní odpovědnost, za účelem dosažení zisku a za podmínek stanovených živnostenským zákonem. [13]

Pokud se chceme stát podnikatelem, musíme dodržovat řasu podmínek vyplývajících ze zákona (věk min. 18 let, trestní bezúhonnost, způsobilost k právním úkonům, odborná způsobilost). [9]

Živnosti ohlašovací

Při splnění stanovených podmínek mohou být provozovány na základě ohlášení.

- Řemeslné živnosti – je nutná odborná způsobilost a praxe v oboru (zednictví, hostinská činnost, hodinářství).
- Vázané živnosti – pro každou živnost je stanovena odporná způsobilost samostatně (oprava a revize plynových zařízení).
- Volné živnosti – není stanovena odborná způsobilost.

Živnosti koncesované

Mohou se provozovat jen na základě koncese (povolení), kterou uděluje živnostenský úřad. Uchazeč o koncesi musí mít požadované vzdělání, absolvované speciální kurzy apod. (taxi služba, opravy zbraní, služby soukromých detektivů aj.). Živnostenský úřad obvykle rozhodne o žádosti o koncesi do 60 dnů ode dne podání žádosti. [9]

3.1.5.2 Osobní společnosti

Osobní společnosti jsou založeny a vlastněny dvěma nebo více podnikateli, u kterých se očekává osobní účast na řízení, dělí se o zisky a společně jsou odpovědní za ztráty. [9]

- Veřejná obchodní společnost

Společnost, kterou zakládají nejméně 2 podnikatelé, podnikající společným jménem, jehož součástí musí být označení „veřejná obchodní společnost“ („veř. obch. spol.“ nebo „v.o.s.“). Veřejná obchodní společnost je právnickou osobou a musí být zapsána v obchodním rejstříku.

- Komanditní společnost

Společnost, kterou zakládají dva nebo více společníků, u nichž jeden nebo více společníků ručí za závazky do výše svého vkladu (komanditisté) a jeden nebo více ručí celým svým majetkem (komplementáři). Musí být zapsaná v obchodním rejstříku a musí být označena jako „komanditní společnost“ („k. s.“ nebo „kom. spol.“). [9]

3.1.5.3 Kapitálové společnosti

- Společnost s ručením omezeným

Společnost s ručením omezeným je nejjednodušším typem kapitálových společností, i když má mnoho prvků osobní společnosti. Společnost může mít od jednoho do padesáti společníků. Musí být v obchodním rejstříku zapsaná jako „společnost s ručením omezený“, („spol. s r. o.“ nebo „s. r. o.“). [14]

Založení společnosti s ručením omezeným

Založení společnosti s ručením omezeným je poměrně zdoluhavý proces, který většinou vážne na rychlosti odbavování na úřadech. Pro založení společnosti s ručením omezeným je nutno vykonat zejména následujících kroky :

- uzavření společenské smlouvy formou notářského zápisu,
- složení základního jmění společnosti, nebo jeho části,
- získání živnostenských oprávnění (živnostenských listů atp.),
- zápis společnosti do obchodního rejstříku,
- registrace společnosti u finančního úřadu.

- Akciová společnost

Společnost, jejíž základní kapitál je rozdělen do určitého počtu akcií. Akciová společnost je právní forma čistě kapitálová, prakticky bez přítomnosti osobních prvků. Obchodní firma akciové společnosti musí mít označení "akciová společnost" nebo zkratka „akc. spol.“ „a.s.“.

[15]

Obr. č. 1 Právní formy podnikání

	OSOBNÍ SPOLEČNOSTI			KAPITÁLOVÉ SPOLEČNOSTI	
	Živnostník	Veřejná obchodní společnost (v.o.s.)	Komanditní společnost (k.s.)	Společnost s ručením omezeným (s.r.o.)	Akciová společnost (a.s.)
Počet zakladatelů organizace	Stačí jedna osoba.	Minimálně 2 osoby.	Nejméně 2 osoby · komplementář · komandista	Minimálně 1 osoba, maximálně 50 osob · valná hromada · jednatelé · dozorčí rada	1 právnická osoba anebo 2 a více fyzických osob · valná hromada · představenstvo · dozorčí rada
Ručení	Neomezeně.	Neomezeně, společně a nerozdílně veškerým svým majetkem.	Komplementář veškerým svým majetkem. Komandisté do výše nesplaceného vkladu.	Společnost neomezeně, společníci do výše nesplaceného vkladu.	Společníci neomezeně. Akcionáři neručí za závazky společnosti. Společnost ručí celým majetkem.
Početní kapitál	Není stanoveno.	Není stanoveno.	Komandista 5000 Kč, jinak není stanoveno.	Minimální jmění 200 000 Kč.	Minimální jmění 2 000 000 Kč je rozvrženo na určitý počet akcií
Administrativní náročnost	Jednoduché povolení k podnikání.	Sepsání společenské smlouvy, zpravidla nutná asistence advokáta.	Sepsání společenské smlouvy, zpravidla nutná asistence advokáta.	Sepsání společenské smlouvy, zpravidla nutná asistence advokáta, složení vkladu na účet.	Sestavení zakladatelské listiny a stanov, zpravidla nutná asistence advokáta, složení vkladu na účet.
Účast na zisku	Podnikatel si po zdanění vše nechává.	Rovným dílem mezi společníky, nebo podle společenské smlouvy.	Mezi komplementářem a komandisty 50/50, mezi komplementáři rovným dílem, mezi komandisty podle výše vkladu. Vše lze upravit i jinak podle společenské smlouvy	Podle kapitálového vkladu, pokud není společenskou smlouvou upraveno jinak.	Podle rozhodnutí valné hromady.
Jiná kritéria	Zpravidla obtížný přístup k cizím zdrojům, někdy nižší důvěryhodnost - předpoklad podnikání malého rozsahu. Na druhé straně vyšší důvěryhodnost s ohledem na ručení za závazky.	Méně časté, pro obchodní partnery nezvyk. Zachovány výhody zdanění fyzické osoby. Vyšší důvěryhodnost s ohledem na ručení za závazky.	Zpravidla obtížný přístup k cizím zdrojům. Méně časté, pro obchodní partnery nezvyk. Komplikované vztahy mezi komandisty a komplementáři mohou být příčinou sporů.	Nejběžnější forma obchodní společnosti. Nejlépe vyhovuje většině typů podnikání, pokud existuje počáteční kapitál při zakládání firmy	Nejllepší přístup k cizím zdrojům, nejvyšší stupeň ochrany věřitelů. Nutný vysoký počáteční kapitál. Složitější správní orgány.

Zdroj: ipodnikatel.cz. [20]

3.2 Hotelnictví v cestovním ruchu

První formy cestovního ruchu jsou zmiňovány již ve starověkém Řecku a Římě, tzv. kolébce kultury. Staří Římané se také chtěli bavit a poznávat nepoznané. Za tímto účelem stavěli zábavní a rekreační budovy, podnikali plavby po moři atd. Od té doby prošlo hotelnictví i cestovní ruch rozsáhlým vývojem, změnily formy i standardy ubytovacích služeb i zařízení.

3.2.1 Provozovna ubytovacích služeb

Každá ubytovací provozovna musí být označena příslušnou kategorií a třídou podle níže uvedených závazných kritérií. Toto zařazení si podnikatel provádí sám podle závazných kritérií, nebo také může využít služeb např. Národní federace hotelů nebo sdružení HO.RE.KA. (Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu).

Klasifikace ubytovacích zařízení

TOURIST *

ECONOMY **

STANDARD ***

FIRST CLASS ****

LUXURY *****

„Stavba ubytovacího zařízení je stavba nebo její část, kde je veřejnosti poskytováno přechodné ubytování a služby s tím spojené; ubytovacím zařízením není bytový a rodinný dům a stavba pro individuální rekreaci; ubytovací zařízení se zařazují podle druhů do kategorií a podle požadavků na plochy a vybavení do tříd, které se označují hvězdičkami.“

[2, str. 12]

Hotel

Ubytovací zařízení s minimálně 10 pokoji určené pro hosty. Hotely se člení do pěti tříd. Hotel garni má vybavení jen pro omezený rozsah stravování (snídaně) a člení se do čtyř tříd.

Motel

Ubytovací zařízení s nejméně 10 pokoji určené pro hosty, poskytující přechodné ubytování a služby s tím spojené pro motoristy, člení se do čtyř tříd.

Penzion

Ubytovací zařízení s nejméně pěti pokoji, s omezeným rozsahem stravovacích doplňkových služeb. Ubytovací služby však ve stejném rozsahu a kvalitě s hotelem. Dělí se do čtyř tříd.

Ostatní ubytovací zařízení

Mezi ostatní ubytovací zařízení patří turistické ubytovny, kempy a skupiny chat (bungalovů), popřípadě kulturní nebo památkové objekty, které jsou využívány pro přechodné ubytování.

[2]

3.3 Podnikatelský plán

Podnikatelský plán je písemný dokument, zpracovaný podnikatelem, který shrnuje podstatné informace o podniku a popisuje klíčové vnější i vnitřní faktory důležité pro založení a chod podniku. Podnikatelský plán by nám měl odpovědět nebo alespoň usnadnit odpovědi na otázky typu: kde jsme teď, kam se chceme dostat a jakým způsobem se tam chceme dostat viz obr. 2. [6]

3.3.1 Zakladatelský podnikatelský plán

Zakladatelská podnikatelský plán je specifickým druhem plánu, připravuje se před zahájením podnikání, kdy podnikatel ještě nemá k dispozici údaje o předešlé činnosti firmy, o které by se mohl opřít. [11]

Pozornost by se měla věnovat analýze podnikatele: [11]

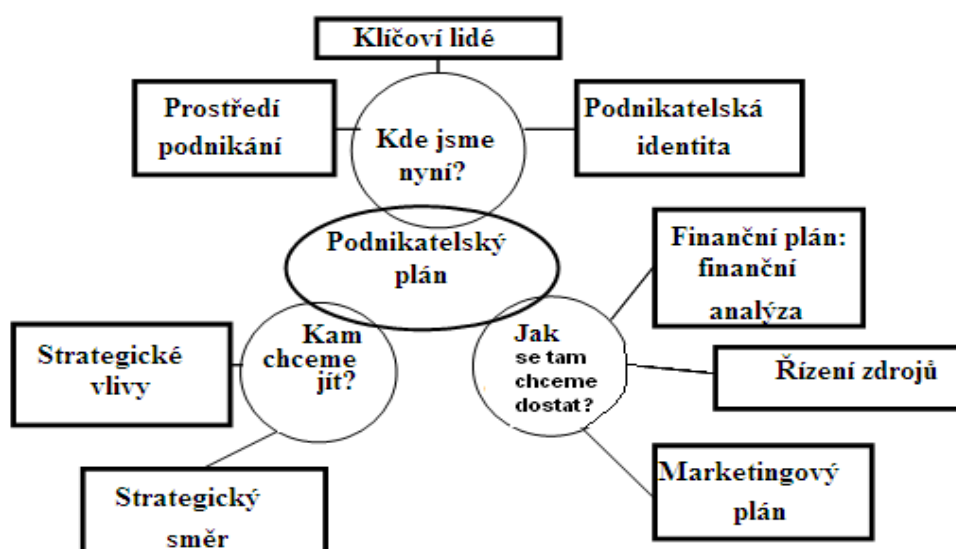
- v čem chci podnikat,
- čeho chci dosáhnout,
- jakým způsobem (prostředky a metody) toho chci dosáhnout,
- jaký kapitál mám k dispozici.

Hodnotí se schopnosti a zkušenosti v dané oblasti podnikání.

3.3.2 Účel a smysl podnikatelského plánu

Podnikatelský plán slouží dvěma základním skupinám příjemců, a to vnitropodnikovým příjemcům (vlastníci, manažeři) nebo mimopodnikové účely (investoři, banky).

Obr. č. 2 Účel a smysl podnikatelského plánu



Zdroj: KORÁB, V.; MIHALISKO M. Založení a řízení společnosti [6]

Uvnitř podniku slouží podnikatelský plán jako plánovací nástroj, podklad pro rozhodovací proces, nástroj kontroly aj. zejména v případech, kdy podnikatel podnik zakládá a kdy podnik stojí před výraznými změnami, které mohou ovlivnit celý jeho chod. Jelikož má jiné zaměření, je obvykle strukturován jiným způsobem než podnikatelské plány určené pro mimopodnikové účely. [8]

Mimopodnikové subjekty analyzují na základě podnikatelského plánu schopnost firmy realizovat podnikatelský projekt, ucházet se o některý druh podnikatelské podpory aj. Kvalitně vypracovaný podnikatelský plán je důležitým prvkem pro získání potřebného kapitálu. [8]

3.3.3 Požadavky na podnikatelský plán

Potřeba podnikatelského plánu vzniká, když je potřeba získat peníze – ať už z banky, od jiného peněžního ústavu nebo od někoho, kdo poskytuje akciový kapitál.

Pro nás je naše podnikání nejdůležitější a věcí nejvyššího zájmu. Avšak pro banku nebo ředitele fondu je náš plán jednou z mnoha složek na jejich stole. Proto musíme získat jeho zájem a udržet si jeho pozornost. Abychom tohoto cíle dosáhli, musí náš plán být:

- **Inovativní.** Podnikatel musí prokázat, že jeho výrobek či služba přináší unikátní hodnotu pro zákazníka a že bude uspokojovat potřeby zákazníků lépe než doposud a také lépe než jeho konkurence. [8]
- **Srozumitelný a uváženě stručný.** Prezентujeme se jednoduše, neuvádíme příliš mnoho myšlenek v jedné větě. S požívání přídavných jmen jsme opatrní. Tam kde je vhodné, seřadíme informace do tabulkové formy. Každou větu necháme logicky vyplynout z věty předešlé. [8]
- **Logický a přehledný.** Veškeré myšlenky na sebe musí navazovat, musí být podložené fakty a nesmí si navzájem odporovat. Pro lepší přehlednost uvádíme tabulky a grafy. Také časový harmonogram realizace podnikatelského plánu se znázorňuje graficky. [8]
- **Pravdivý a reálný.** Je samozřejmostí pravdivost uváděných údajů a reálnost předpokládaného vývoje. [8]
- **Respektující rizika.** Podnikatelský plán vyjadřuje budoucnost. Respektování rizik a návrh opatření na jejich eliminaci nebo zmírnění zvyšuje důvěryhodnost podnikatelského plánu. [8]

3.3.4 Typy podnikatelského plánu

Říká se, že typický italský rodinný podnik má vždy dvě sady účetnictví, jednu pro sebe, aby věděli, jak se jim skutečně daří, a druhou pro finanční úřad. U podnikatelských plánů je to

však jinak. Není vhodné mít jeden hodně optimistický podnikatelský plán pro naivní investory a další, poněkud střízlivější plán, pro sofistikovanější finančníky.

Připravíme si pouze několik variant, které se budou lišit v tom, jak detailně vysvětlíte své záměry. Ale podklady a realita budou samozřejmě totožné. [12]

- **Elevator pitch** (prezentace ve výtahu)

Jedná se o verbální prezentaci trvající maximálně minutu. Nikdy dopředu nevíte kdy, kde a s kým se potkáte. Je dobré si tuto verzi podnikatelského plánu dobře pamatovat a není třeba ji ani mít písemně. [12]

- **Executive summary.**

Písemný dokument o maximálním rozsahu A4. Tento dokument budete mít neustále k dispozici pro případ, že se setkáte s někým, kdo by mohl být nápomocen vaší snaze získat kapitál. Také je možné tento plán zaslat VC fondům, abyste zjistili, zda mají zájem o tuto oblast či tuto výši investice. [12]

- **Zkrácený podnikatelský plán.**

Tento plán obsahuje všechny body plného podnikatelského plánu. Je však mnohem povrchnější a každé části podnikatelského plánu bude věnuje pouze jeden či dva odstavce. Má objasnit vaše záměry tak, abyste je mohli předložit například sdružení podnikatelských andělů. Může ale posloužit i tehdy, když chcete ochránit své obchodní tajemství a nechcete hned na začátku jednání vyložit všechny karty. [3]

- **Plný podnikatelský plán.**

Tento plán se dává k dispozici pouze těm, kteří podepsali NDA (Non Disclosure Agreement neboli smlouvu o utajení), v níž je investor zavázán, že veškeré informace, které mu zde poskytnete, použije pouze v rámci procesu zvažování investice do vašeho podniku. Zde už budete své výrobní procesy, technologie či duševní vlastnictví vysvětlovat detailně. Pokud ale váš úplný podnikatelský plán neobsahuje žádné podstatná tajemství, není důvod jej nepředložit i namísto zkráceného podnikatelského plánu. [12]

3.3.5 Struktura podnikatelského plánu

Čas. Který je potřeba na zpracování podnikatelského plánu je značně závislý na znalostech a zkušenostech podnikatele, který jej zpracovává.

Podnikatelský plán se obvykle člení do těchto částí:

- Titulní strana
- Exekutivní souhrn
- Analýza odvětví
- Popis podniku
- Výrobní plán
- Marketingový plán
- Organizační plán
- Hodnocení rizik
- Finanční plán
- Přílohy

Titulní strana

Titulní strana by měla dokumentu dodat profesionální podobu. Mezi nepostradatelné informace patří jména osob spojených s projektem, navrhovaný nebo existující obchodní název, adresa firmy či bydliště majitele, pokud podnik ještě svou adresu nemá, jméno a adresa účetního, pokud se na vypracování záměru také podílel. Dále druh podnikání, prohlášení o potřebě financování a prohlášení o důvěrnosti zprávy. Je dobré, když je na plánu datum z poslední doby. Datum buď aktualizujte při tisku nového výtisku, nebo vůbec neuvádějte. Pokud dodáte záměr se zastaralým datem, může být nabyto dojmu, že byl už dříve odmítnut. [5]

Exekutivní souhrn

Tato část se zpracovává až po sestavení celého plánu v rozsahu několika stránek. Jejím primárním cílem je v maximální možné míře podnitit zájem potenciálních investorů. Investoři totiž na základě sumarizace rozhodují, zda má význam pročíst celý podnikatelský plán. Z tohoto důvodu je nutné této kapitole věnovat mimořádnou pozornost. Exekutivní souhrn je v podstatě hlavní myšlenka podnikatelského záměru, silné stránky, očekávání, stručné tabulky finančního plánu. [6]

Analýza odvětví

V této kapitole musím zohlednit celou řadu faktorů. Tato část záměru shrnuje výsledky výzkumu trhu, včetně cílových zákazníků a velikosti trhu. Také určuje citlivost trhu na cenovou úroveň a dodává přehled o konkurenci jejích silných a slabých stránkách a jak by působily na naše podnikání. Nejdůležitější je odhadnout budoucí vývoj poptávky. Je vhodné zahrnout i politickou situaci a legislativní podmínky. Větším podnikatelským projektům dodá na důvěře nezávislá zpráva o výzkumu trhu. [5]

Popis podniku

V této části plánu se uvádí podrobný popis nového podniku, aby bylo pro budoucího investora umožněna představa o jeho velikosti a záběru. Základními prvky v této sekci podnikatelského plánu jsou: [6]

- Výrobky nebo služby
- Umístění/ lokalita a velikost podniku
- Přehled personálu podniku/ organizační a funkční struktura
- Kancelářské zařízení a jiné technické vybavení
- Průprava podnikatele – znalostní vybavení a předchozí praxe či reference

Výrobní plán

Zde by měl být popsán celý výrobní proces včetně subdodávek a důvodu výběru subdodavatelů. Též popíšeme výrobní postupy a konkurenční výhody podniku. Uvádíme jakýsi návod, do kterého patří výrobní postupy, stroje a zařízení, materiálové a surovinové zabezpečení, prostorové umístění výroby. [8]

Pokud nejde o výrobní podnik, tato část se pak nazývá „obchodní plán“ a poskytuje informace o nákupu zboží a služeb, potřebné skladovací prostory atd., pokud se jedná o poskytování služeb, týká se tato část podnikatelského plánu popisu procesu poskytování služeb, vazby na subdodávky a opět hodnocení subdodavatelů. [6]

Marketingové prostředí

Je to prostředím, ve kterém probíhají marketingové činnosti podniku. Patří sem všechny faktory, které ovlivňují firmu, její technologie, výrobu, přístup jejich potenciačních i stávajících zákazníků. Dělíme jej na makroprostředí a mikroprostředí. [21]

- **Mikroprostředí**

Do mikroprostředí patří faktory ovlivňující schopnost firmy poskytovat zákazníkům služby či výrobky. Patří se společnost, dodavatelé, distributoři, konkurence, zákazníci apod.

- **Makroprostředí**

Společenské síly, které ovlivňují mikroprostředí podniku. Zahrnujeme se politické, ekonomické, sociální a technologické faktory. [22]

Marketingový plán

Marketingový plán poskytuje informace o tom, jakým způsobem budou výrobky a služby distribuovány, oceňovány a propagovány. Uvádějí se zde také odhady objemu produkce nebo služeb, ze kterých lze odvodit odhady výnosnosti podniku. Marketingový plán bývá investory označován za nejdůležitější součást zajištění úspěchu podniku.

Organizační plán

V této části se podnikatelského plánu se uvádí forma vlastnictví nového podniku (obchodní společnost, osobní vlastnictví...). Také se zde shrnuje celá organizace činností uvnitř podniku. Pokud se jedná o obchodní společnost, musíme uvést detailnější informace o managementu, dále pak dle příslušné právní formy údaje o obchodních podílech, atd. [6]

Hodnocení rizik

Riziko můžeme definovat jako možnost, že se dosažené výsledky budou pozitivně či negativně lišit od předpokládaných výsledků. Riziko vzniká v důsledku variability hospodářských výsledků za určité období. Bývá ovlivněno mnoha faktory (proměnlivost tržeb a nákladů, postavení firmy na trhu, diverzifikace nákladů, výběr technologie aj.)

Analýza rizik nám poskytuje dva pohledy na náš podnikatelský plán. Nastiňuje nám pravděpodobnost dosažení očekávaných efektů a po sléze nám slouží pro přípravu opatření, která budou nutné realizovat v případě, že daná situace skutečně nastane. Mezi rizikové prvky patří například chování zákazníků, technologický pokrok, slabé stránky podniku, chyby manažerského týmu, legislativní změny aj. Analýzu můžeme provádět na základě analýzy citlivosti nebo expertního hodnocení. [8]

Analýza citlivosti zjišťuje citlivost výsledku hospodaření na faktory, které jej ovlivňují. Nejčastějšími faktory ovlivňující hospodářský výsledek jsou realizovatelná cena našich výrobků s ohledem na konkurenci, změny vlastních fixních a variabilních nákladů, výše poptávky. Výsledky této analýzy jsou individuální podnik od podniku a mohou nabývat různých hodnot ve vazbě na zpracovatele. [8]

Expertní hodnocení faktorů rizika je odborným odhadem jejich důležitosti vzhledem k plánovaným cílům podniku. Důležitost faktorů rizika posuzujeme podle dvou pohledů – pravděpodobnosti jejich výskytu a intenzity negativního vlivu. Rizikový faktor je tím významnější, čím pravděpodobnější je jeho výskyt a čím vyšší je intenzita negativního vlivu. [8]

Pro investora je tato část podnikatelského plánu důležitá, protože je pro něj zárukou, že podnikatel si je vědom rizik a je připraven jim čelit v případě potřeby.

Finanční plán

Finanční plán shrnuje předchozí část podnikatelského plánu do číselné podoby. Prokazuje reálnost podnikatelského záměru z hospodářského hlediska. Do výstupů finančního plánu zahrnujeme plán majetku a zdrojů (zahajovací rozvaha), plán nákladů, plán výnosů, plánový výkaz zisků a ztráty, plánová rozvaha, plán peněžních toků, výpočet body zvratu, hodnocení efektivnost, plán financování. [6]

Výstupy finančního plánu musí mít reálné podklady, tzn. Musí být zpracovány na základě dílčích plánů, které musí být navzájem provázány. Minimální plánovací období je do doby vykazání zisku, resp. Kladného salda peněžních toků. Pro doložení příznivého vývoje podniku je vhodné doplnit finanční plán o poměrové ukazatele (rentability, aktivity, zadluženosti, likvidity). [8]

Přílohy

Zde se uvádí materiály, které není nutné začlenit do samotného textu. Ten by však měl obsahovat odkazy na ně. Patří sem: souhrn všech průzkumů trhu (ať už vašich nebo profesionálně provedených), fotokopie článků v novinách (popisující potřebu služby, kterou navrhujete nebo poskytujete), kopie prospektů nebo podpůrných materiálů, korespondence se zákazníky nebo dodavateli, výsledky testů, fotografie vašeho výrobku aj. [8]

4 Vymezení a charakteristika podniku

4.1 Popis podniku

Hotel Orsi bude lokalizován v blízkosti centra Uherského Hradiště. Název hotelu je odvozen od Dominika Orsiho, italského, raně barokního architekta. Orsi byl projektantem kostela sv. Františka Xaverského na Masarykově náměstí, který dnes patří mezi hlavní dominanty města. Hotel bude k ubytování poskytovat 26 pokojů, které budou svým vybavením splňovat parametry pro zařazení do 4* First class klasifikace. Hotel bude především určen těm, kteří jsou na pracovních cestách, pro konání seminářů, školení a konferencí. Zajistíme potřebný komfort a soustředíme se na individualitu klienta. Svůj klid a pohodlí zde najdou také páry, které chtějí strávit příjemný pobyt v útulném prostředí i příznivci cykloturistiky, kteří si po náročném dni na kole rádi odpočinou u sklenky dobrého vína či v sauně.

Společnost hotel Orsi budou zakládat 3 společníci. Jako právní forma bude zvolena společnost s ručením omezeným. S. r. o. je nejběžnější forma obchodní společnosti v České republice. Také vyhovuje podnikání v oblasti hotelnictví a turismu, jelikož působí důvěryhodně a seriózně jak při jednání s dodavateli, tak se zákazníky. Další výhodou je ručení pouze do výše nesplaceného vkladu kapitálu.

Obchodní jméno společnosti

Hotel Orsi s. r. o.

Sídlo společnosti

Kosov 99, Zábřeh, 789 01

Společníci

Veronika Gabrhelová

r.č.: 52402/6150

adresa: Kosov 99, Zábřeh, 789 01

kontakt: veronika.gabr@centrum.cz
725 852 741

Ing. Milan Skrohal

r. č.: 800216/1852

adresa: Nemedínská 155, Olomouc, 779 00

kontakt: milan.skrohal@seznam.cz
728 256 965

Ing. Ondřej Adamec

r. č.: 820607/4587

adresa: Stavařská 53, Uherské hradiště, 606 01

kontakt: ondraj.adamec@gmail.cz
732 862 842

Základní jmění společnosti je 17 700 000 Kč, bylo vloženo v poměru:

- Veronika Gabrhelová vklad 700 000 Kč

- Milan Skrohal vklad 16 000 000 Kč

- Ondřej Adamec vklad 1 000 000 Kč

- Ubytovací služby v ubytovacích zařízeních v kategorii hotel
- Hostinská činnost
- Nákup zboží za účelem dalšího prodeje a prodej
- Směnárenská činnost

Pokud hovoříme o marketingovém mixu, máme na mysli seskupení čtyř marketingových nástrojů které se používají k dosažení nejen marketingových cílů podniku. Základními elementy marketingového mixu jsou tzv. „4P“. „P“ jsou počáteční písmena anglických názvů jednotlivých prvků, kterými jsou:

- Product (výrobek nebo služba) – uspokojuje potřeby spotřebitele
- Price (cena) – hodnota výrobku pro spotřebitele
- Promotion (propagace) – propagace výrobků a služeb
- Place (distribuce) – cesta výrobku od výrobce ke spotřebiteli

4.2.1 Product

Jedná se o souhrn nabídky služeb poskytovaných hotelem zákazníkům. Jedná se o:

Ubytovací služby

K ubytování bude zákazníkům k dispozici 26 pokojů a maximální kapacitou 52 osob.

Tab. č. 1: kapacita pokojů

Typ pokoje	Počet pokojů	Možnost přistýlky
single room	10	5x
double room	14	5x
apartmán	2	

Zdroj: vlastní zpracování

Velikost pokoje single se bude pohybovat v průměru kolem 12m^2 , velikost double room kolem 15m^2 , velikost apartmánu kolem 25m^2 .

Každý pokoj bude vybaven:

- Klimatizací
- Minibarem
- LCD televizorem
- Telefonem s přímou linkou na recepci
- Připojením k internetu (WIFI)
- Koupelnou se sprchovým koutem (popř. vanou), WC a vysoušečem vlasů

Stravovací služby

Pro poskytování stravovacích služeb bude v hotelu prostor restaurace. Interiér restaurace je navržen v moderním stylu, který je decentně zdoben jednoduchými motivy Slovácka a obrazy dominant kraje, aby zákazník pocíťoval příjemný pocit ze zdejší atmosféry.

V restauraci bude k dispozici přibližně 40 míst. V ranních hodinách, od 06:00 do 10:00 se zde budou podávat snídaně. Snídaně budou podávány formou table d'hôte (volný výběr pokrmů

za jednotnou cenu). V době podávání snídaní bude restaurace sloužit pouze pro hotelové hosty, aby bylo zaručeno pohodlí a soukromí našich zákazníků.

Jak pro hotelové hosty, tak i pro veřejnost bude restaurace v provozu každý den od 11:00 do 22:00. Vašich chuťovým buňkám zalahodí typická česká kuchyně se slováckými specialitami v popředí. Pro ty co české kuchyni příliš neholdují, poskytneme nabídku pokrmů i kuchyně mezinárodní.

Milovníkům vína nabídneme široký výběr jakostních i přívlastkových vín od moravských vinařů. Pro ty, co mají v oblibě raději pivo, budeme točit kvalitní 10°, 12° a kvasnicové pivo.

Doplňkové služby

Whirlpool (max. pro 4 osoby)

Romanticky podsvícená vířivka, ve které si uvolníte a zregenerujete organismus a prokrvíte pokožku. Při pobytu ve vířivce dochází k příjemnému uvolnění svalů a mysli, zvláště po fyzické a psychické zátěži.

Sauna (max. pro 4 osoby)

Nejen při chladných dnech pro vás bude připravena nahřátá sauna. Je vhodná pro zdravé osoby k posílení kondice, uvolnění svalů, prohřátí těla a prokrvení pokožky. Přispívá k výraznému psychickému uvolnění a relaxaci.

Billiard (pool)

Billiard je jednou z mnoha oblíbených stolních her. Je to hra při které se řeší „chlapské“ problémy nebo utužují pracovní vztahy.

Konferenční místnosti

V hotelu se budou nacházet dva konferenční salonky s kapacitou 20 míst a 60 míst. V obou těchto místnostech najdete pohodlné konferenční židle a lavicové stoly, které se dají variabilně sestavit. K pronájmu budou k dispozici data projektor, flipchart, a přenosné plátno. Tyto prostory budou vhodné pro pořádání konferencí, seminářů a školení.

Další doplňkové služby

- Prodej denního tisku
- Prodej tabákových výrobků
- Směnárenské služby

4.2.2 Price

Cena znamená v penězích vyjádřenou hodnotu služby nebo výrobku pro zákazníka. Do ceny zahrnujeme i slevy, termíny a podmínky placení. Cena musí odpovídat i kvalitě poskytovaných služeb. Pokud tomu tak není, zákazník se k nám už vracet nebude.

Ubytovací služby

Tab. č. 2: ceník pokojů

typ pokoje	1 osoba	2 osoby
single room	1200 Kč	-
double room	1600 Kč	2300 Kč
apartmán	2000 Kč	2500 Kč
příplatek za polopenzi	180 Kč	360 Kč
příplatek za plnou penzi	350 Kč	700 Kč
přistýlka	800 Kč	-

Zdroj: vlastní zpracování

Při tvorbě cen jsem se orientovala na ceny ubytování konkurenčních hotelů (viz kap. 5, výsledky průzkumů), samozřejmě s přihlédnutím na nákladovou složku.

Doplňkové služby

- Whirpool

30 min	150 Kč
60 min	280 Kč
90 min	400 Kč
120 min	600 Kč

- Sauna

60 min	150 Kč
120 min	280 Kč

- Billiard (pool)

Pro hotelové hosty zdarma

Pronájem konferenčních místností

Tab. č. 3: konferenční místnosti

konferenční salonek Otakar	60 osob	600 Kč / hod
		5000 Kč / den
konferenční salonek Markéta	20 osob	400 Kč / hod
		3000 Kč / den
data projektor		1000 Kč
flip chart		200 Kč
přenosné plátno		200 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Hotel bude nabízet i tzv. Cofee break – malé občerstvení, čaj – káva, minerální voda, za příplatek.

4.2.3 Promotion

Velký množství hotelů, zejména těch začínajících se setkává s nedostatkem hostů. Především konkurence, která je nemilosrdná, nás motivuje pro vhodnou investici do propagace. Nelze najít jednotný návod, podle kterého by se měl marketing hotelového provozu řídit. Každý hotel je jiný. Záleží na umístění hotelu, na jakou cílovou skupinu zákazníků se bude hotel soustřeďovat, na konkurenčních zařízeních, rozsahem svých služeb apod.

Podpora prodeje

Nejdůležitější je vztah mezi hotelem a hostem. Tento vztah zaručují zaměstnanci hotelu, především ti, kteří přicházejí do bezprostředního styku se zákazníkem. Bude vydána směrnice, kterou budou všichni zaměstnanci hotelu dodržovat. Její nedodržení bude bráno za porušení pracovní kázně.

Reklama

Jako hotel se musíme snažit dostat do povědomí a oslovit široké spektrum potencionálních zákazníků. Při zviditelňování se pomocí reklamy bude využíváno reklamních prostředků, a to:

- Letáky
- Internetové stránky (www.orsihotel-uh.cz)
- Hotelové prospekty

- Prezentační videa a prospekty na veletrzích
- Ubytování slavné osobnosti (kdo by nechtěl strávit noc v hotelu, ve kterém spal i nějaký známý zpěvák)

4.2.4 Place

Jedná se o kontakt našeho hotelu se zákazníky. Tento kontakt lze uskutečnit dvěma cestami. Přímou distribucí a nepřímou distribucí. Pokud hovoříme o distribuci přímé, hledáme si jako hotel zákazníky sám. Hledáme-li si zákazníky pomocí zprostředkovatele, jedná se o distribuci nepřímou.

Přímá distribuce

Pokud je zákazník s našimi službami spokojen, určitě se tím bude chtít pochlubit svým známým, kolegům atd. Dělá hotelu dobrou reklamu a náš hotel se dostává do povědomí dalších potencionálních zákazníků. Ale pozor, je třeba si uvědomit, že nespokojený zákazník šíří informace mnohem rychleji než zákazník spokojený. Pomocí databáze hostů budeme informovat zákazníky o nových službách, produktech a výhodách.

Nepřímá distribuce

Hotel bude spolupracovat s cestovními kancelářemi CK Fischer, Eso travel a informačními centry v Uherském Hradišti a v okolních destinacích.

4.3 Organizační plán

Kvalifikovaná a kvalitní personál je podmínkou pro dobré postavení hotelu Orsi na trhu, pro spokojeného klienta, a také pro zisk. Náš personál bude zaškolený a budeme snažit jej motivovat pro zdokonalování sebe samého různými formami benefitů a zaměstnaneckých výhod (např. slevy na pobyt v sauně, vířivce). Pro spokojené zaměstnance je samozřejmě důležité i vnitřní klima podniku. Za dobře odvedenou práci náleží pochvala, v opačném případě kritika. Jako hotel budeme chtít, aby se naši zaměstnanci cítili v práci dobře a pracovali rádi.

Podnik zakládají tři společníci. Jednatel společnosti je Veronika Gabrhelová, která vystudovala střední hotelovou školu a momentálně studuje na vysoké škole obor ekonomika

cestovního ruchu. Bude také zastávat manažerskou funkci a zodpovídat za celkový provoz hotelu. Ostatní dva společníci Milan Skrohal a Ondřej Adamec, budou poradci. Jejich hlavním úkolem bude kontrola a dozor nad dodržováním plnění plánu.

Pracovníky budeme hledat pomocí inzerátů na internetu i v novinách, na doporučení od známých a kolegů. Výběr bude probíhat na základě výběrového řízení, bude vybíráno ze zaslaných životopisů a na základě pohovoru.

Požadavky na personál

- Recepční

Recepční by měla mít minimálně střední vzdělání s maturitou, s dobrou znalostí angličtiny, slovem i písmem, na komunikativní úrovni. Recepční je člověk, se kterým host přijde do styku jako první a první dojem je nejdůležitější, proto je nutný příjemný vzhled a vystupování. Na toto místo budou požadováni čtyři pracovníci, pracující na dvou směnách. Recepční odpovídá za evidenci ubytovaných a za vyřízení jejich dotazů a požadavků.

- Kuchař

Na pozici kuchaře bude požadováno minimálně vyučení v oboru s tříletou praxí. Kuchař by měl ovládat alespoň základy některého světového jazyka, které se týkají oboru. Musí znát českou kuchyni bezpodmínečně a orientovat se v mezinárodní kuchyni. Kuchaři odpovídají za kvalitu podávaných surovin a celkový chod kuchyně.

- Číšník, servírka

Obsluhující personál, na rozdíl od kuchařů, přichází do styku se zákazníky, proto je nutné příjemné vystupování a vzhled. Bude požadováno minimálně vyučení v oboru a tříletou praxí. Znalost jednoho světového jazyka na komunikativní úrovni je podmínkou. Obsluha odpovídá za chod restaurace a dekoraci. Obsluhovat budou čtyři číšníci ve dvou směnách.

- Pokojská, uklízečka

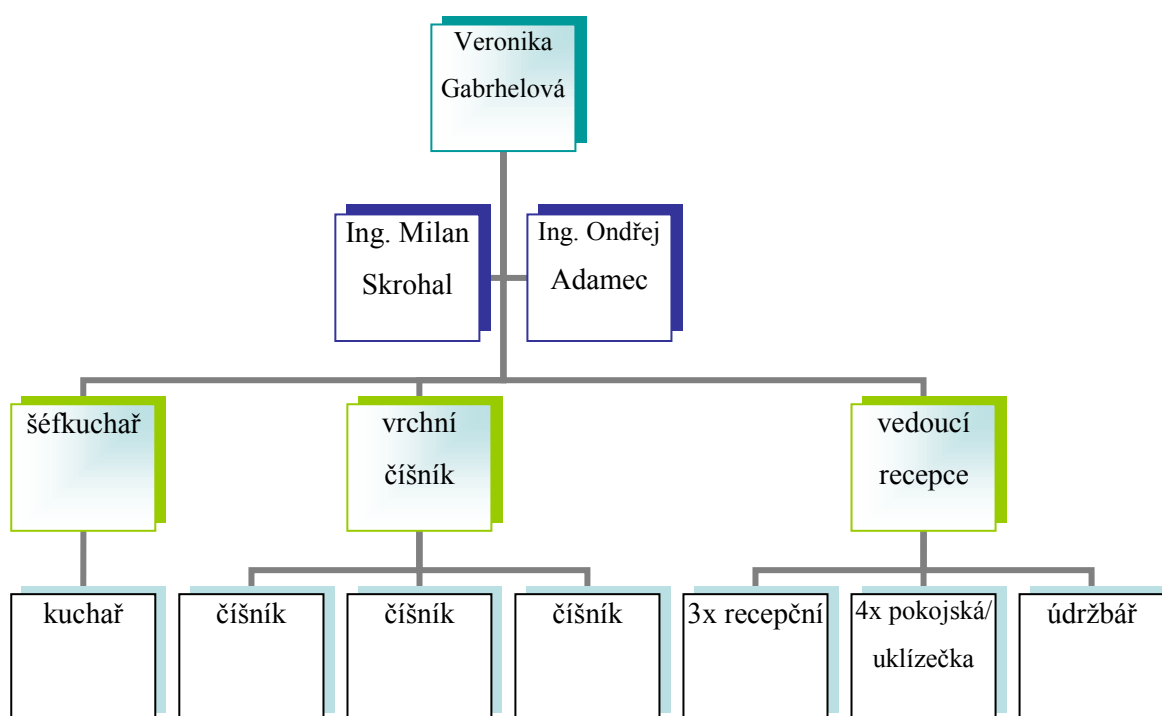
Na místo pokojské bude vyžadována osoba s příjemným vystupováním. Práci budou vykonávat čtyři pracovníci ve dvou směnách. Pokojské odpovídají za uklizené pokoje, výměnu ložního prádla a čisté prostory hotelu. Jejich náplní práce budou také pomocné síly v kuchyni.

- Údržbář

Tato pozice vyžaduje manuálně zručnou osobu s příjemným vystupováním. Údržbář zodpovídá za řešení technických problémů.

Organizační struktura

Diagram č. 1: organizační struktura hotelu Orsi



Zdroj: vlastní zpracování

4.4 Finanční plán

Ve finančním plánu je uvedena vstupní rozvaha, plán nákladů a plán výnosů. Jedná se o finanční prostředky potřebné k zahájení podnikatelské činnosti a dále předpokládané výnosy z této činnosti.

4.4.1 Vstupní rozvaha

Tab. č. 4: vstupní rozvaha

Aktiva		Pasiva	
Dlouhodobý majetek	0	Vlastní kapitál	
Dlouhodobý nehmotný majetek	0	Základní kapitál	17 700 000
Drobný majetek	0	Výsledek hospodaření minulých let	0
Oprávký	0	Výsledek hospodaření účetního období	0
	0		
Oběžná aktiva			
Finanční účty - banka a pokladna	17 700 000	Cizí zdroje	
Pohledávky z obchodního styku	0	Závazky z obchodního styku krátkodobé	0
krátkodobé	0	závazky vůči zaměstnancům	0
Poskytnuté zálohy	0	závazky ke společníkům	0
Pohledávky dlouhodobé	0	Dlouhodobé závazky	0
Zálohové platby	0	Jiné závazky	0
Zásoby	0		
Aktiva celkem	17 700 000	Pasiva celkem	17 700 000

Zdroj: vlastní zpracování

Na stavbu budovy bude použita částka 15 950 000 Kč ze základního kapitálu. Tato částka byla stanovena na základě předběžného odhadu stavební firmy.

4.4.2 Rozbor nákladů

4.4.2.1 Finanční prostředky potřebné k založení podniku

Do nákladů spojené se založením společnosti patří poplatek za sepsání zakladatelské listiny, ověřování podpisů, výpis z rejstříku trestů, výpis z obchodního rejstříku, ohlášení živností, bankovní poplatky. Tyto náklady jsou odhadovány na **20 000 Kč**.

4.4.2.2 Finanční prostředky pro financování dlouhodobého hmotného a nehmotného majetku

Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého hmotného majetku

Tab. č. 5: finanční prostředky na pořízení dlouhodobého hmotného majetku

Náklad	Potřebné finanční prostředky v Kč
Stavba budovy	15 950 000
Vybavení pokojů + koupelen	1 417 900
Vybavení restaurace + kuchyně	1 113 600
Vybavení konferenčních místností	184 600
Vybavení doplňkových zařízení	296 600
Vybavení recepce + kanceláře	103 400
celkem	19 066 100

Zdroj: vlastní zpracování

Finanční prostředky na pořízení dlouhodobého nehmotného majetku

Tab. č. 6: finanční prostředky na pořízení dlouhodobého nehmotného majetku

Náklad	Potřebné finanční prostředky v Kč
Hores (recepční a rezervační systém)	45 000
Účetní program	15 000
celkem	60 000

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.2.3 Finanční prostředky na nákup oběžného majetku

Tab. č. 7: finanční prostředky na nákup oběžného majetku

Náklad	Potřebné finanční prostředky v Kč
Materiál	253 000
Zásoby	150 000
Celkem	403 000

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.2.4 Finanční prostředky potřebné před zahájením podnikání

Tab. č. 8: finanční prostředky potřebné před zahájením podnikání

Náklad	Potřebné finanční prostředky v Kč
Dlouhodobý hmotný majetek	19 066 100
Dlouhodobý nehmotný majetek	60 000
Zřizovací výdaje	20 000
Oběžný majetek	403 000
Celkem	19 549 100

Zdroj: vlastní zpracování

Tyto výdaje budou částečně financovány za pomoci dlouhodobého úvěru ve výši 7 000 000 Kč, který nám poskytne banka za 8% úrokovou míru s dobou splatnosti 10 let. Za tento úvěr se zaručíme objektem budovy. Stavba budovy bude financována ze základního kapitálu. Měsíční splátka úvěru bude ve výši 86 932 Kč.

Umořovací plán

Tab. č. 9: umořovací plán poskytnutého úvěru

Rok	Počáteční stav v Kč	Úrok v Kč	Úmor v Kč	Konečný stav v Kč
1	7 000 000	560 000	483 187	6 516 813
2	6 516 813	521 345	521 842	5 994 971
3	5 994 971	479 598	563 589	5 431 382
4	5 431 382	434 510	608 677	4 822 705
5	4 822 705	385 816	657 371	4 165 334
6	4 165 334	333 227	709 960	3 455 374
7	3 455 374	276 430	766 754	2 688 620
8	2 688 620	215 089	828 098	1 860 522
9	1 860 522	148 842	894 345	966 177
10	966 177	77 249	966 177	0
celkem		3 432 106	7 000 000	

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.2.5 Finanční prostředky potřebné na měsíc provozu

Tab. č. 10: finanční prostředky potřebné na měsíc provozu

Výdaj	Potřebné finanční prostředky v Kč
Spotřeba vody + stočné	17 866
Spotřeba elektrické energie	50 000
Spotřeba tepelné energie	22 000
Telekomunikační služby	6 000
Osobní náklady	410 040
Pojištění	10 000
Internetové připojení	2 000
Komunální odpad	500
Nákup denního tisku	1 000
Odpisy	128 258
Maso, výrobky z masa	8 500
Ovoce, zelenina	1 500
Ostatní suroviny	4 000
Mléčné výrobky	4 000
Nealkoholické nápoje	12 000
Alkoholické nápoje	120 000
Poplatky bance	600
Splátka úvěru	86 932
celkem	885 196

Zdroj: vlastní zpracování

Celkové peněžní prostředky na měsíc provozu jsou odhadovány na 885 196 Kč.

4.4.2.6 Osobní náklady na zaměstnance

Tab. č. 11: osobní náklady

Pozice	Hrubá mzda v Kč	Čistá mzda v Kč	Mzda + odvody v Kč	Celkem v Kč
Manažer	30 000	22 640	40 200	40 200
Společník (2x)	28 000	21 000	37 520	75 040
Kuchař (2x)	18 000	14 360	24 120	48 240
Číšník (4x)	17 000	13 680	22 780	91 120
Recepční (4x)	15 000	12 305	20 100	80 400
Uklízečka, pokojská (4x)	11 000	9 540	14 740	58 960
Údržbář	12 000	10 235	16 080	16 080
Celkem / měsíc				410 040
Celkem / rok				4 920 480

Zdroj: vlastní zpracování

Na vyplacení mezd je odhadováno 410 040 Kč za měsíc.

4.4.3 Rozbor výnosů

4.4.3.1 Maximalistická varianta výnosů

Ubytovací služby

Tab. č. 12: maximalistická varianta výnosů – ubytovací služby

Typ pokoje	Kapacita	Cena za pokoj / noc v Kč	Výnosy za noc celkem v Kč	Výnosy za měsíc celkem v Kč
single room	10	1200	12 000	360 000
double room	14	2300	32 200	966 000
apartmán	2	2500	5 000	150 000
přistýlka	10	800	8 000	240 000
celkem				1 716 000

Zdroj: vlastní zpracování

Stravovací služby

Tab. č. 13: maximalistická varianta výnosů – stravovací služby

	Kapacita	Cena v Kč	Výnosy za den v Kč	Výnosy za měsíc v Kč
Plná penze ubytovaných	52	350	18 200	546 000
Restaurace veřejnost	40	200	8 000	240 000
Celkem				786 000

Zdroj: vlastní zpracování

Doplňkové služby

Tab. č. 14: maximalistická varianta výnosů – doplňkové služby

	Cena za hod v Kč	Počet hodin	Výnosy za den v Kč	Výnosy za měsíc v Kč
Sauna	150	12	1800	54 000
Whirlpool	280	12	3360	100 800
Celkem				154 800

Zdroj: vlastní zpracování

4.4.3.2 Optimistická varianta výnosů

Tab. č. 15: optimistická varianta výnosů

	Vytíženost	Výnosy za měsíc v Kč
Ubytování	75%	1 287 000
Plná penze ubytovaných	35%	191 100
Polopenze ubytovaných	60%	168 480
Stravovací služby	80%	192 000
Doplňkové služby	60%	92 880
Konferenční služby	7 akcí	210 000
Celkem		2 141 460

Zdroj: vlastní zpracování

Při této variantě má hotel vysokou využitelnost. Tato varianta se dá uvažovat, až se hotel dostane do širokého povědomí spolu s poskytováním kvalitních služeb a při konání akcí pořádaných městem jako např. Slavnosti vína, Letní filmová škola.

4.4.3.3 Pesimistická varianta výnosů

Tab. č. 16: pesimistická varianta výnosů

	Využitelnost	Výnosy za měsíc v Kč
Ubytování	30%	514 800
Plná penze ubytovaných	10%	54 600
Polopenze ubytovaných	30%	84 240
Stravovací služby	60%	144 000
Doplňkové služby	20%	30 960
Konferenční služby	2 akce	50 000
Celkem		878 600

Zdroj: vlastní zpracování

Tato varianta je uvažována v prvních 9 měsících hospodaření. Náš hotel nebude v povědomí zákazníků.

4.4.3.4 Realistická varianta výnosů

Tab. č. 17: realistická varianta výnosů

	Využitelnost	Výnosy za měsíc v Kč
Ubytování	65%	1 115 400
Plná penze ubytovaných	20%	109 200
Polopenze ubytovaných	40%	112 320
Stravovací služby	75%	180 000
Doplňkové služby	45%	69 660
Konferenční služby	4 akce	120 000
Celkem		1 706 580

Zdroj: vlastní zpracování

Realistická varianta je zvažována po prvních 9 měsících hospodaření. Výsledek hospodaření by se měl dostat do kladných položek.

4.4.4 Předpokládaný výsledek hospodaření za 1. rok podnikání

Tab. č. 18: předpokládaný výsledek hospodaření za 1. rok podnikání

Měsíc	Náklady v Kč	Výnosy v Kč	Výsledek v Kč
1	885 196	868 600	-16 596
2	885 196	868 600	-33 192
3	885 196	868 600	-49 788
4	885 196	868 600	-66 384
5	885 196	868 600	-82 980
6	885 196	868 600	-99 576
7	885 196	868 600	-116 172
8	885 196	868 600	-132 768
9	885 196	868 600	-149 364
10	885 196	1 706 580	672 020
11	885 196	1 706 580	1 493 404
12	885 196	1 706 580	2 314 788

Zdroj: vlastní zpracování

Jak již bylo zmíněno, po 9 měsících, co se podnik dostal do povědomí zákazníků se z pesimistické varianty dostal do realistické varianty a výsledek hospodaření se stal kladným.

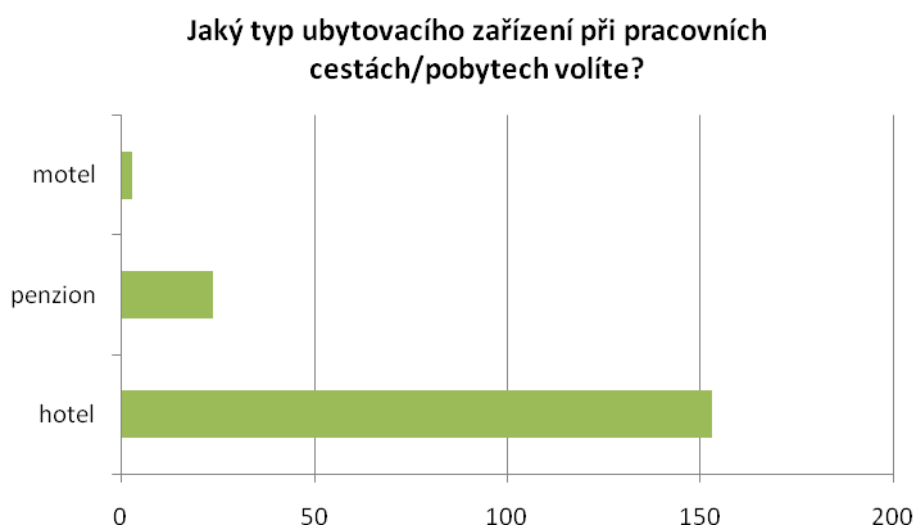
5 Výsledky průzkumů, analýz, anket

V této části jsou prezentovány vygenerované výsledky.

5.1 Dotazníkové šetření

Pro toto šetření byly rozesílány dotazníky elektronickou formou do firem po celé České republice. Ze všech rozeslaných dotazníků odpovědělo 180 respondentů.

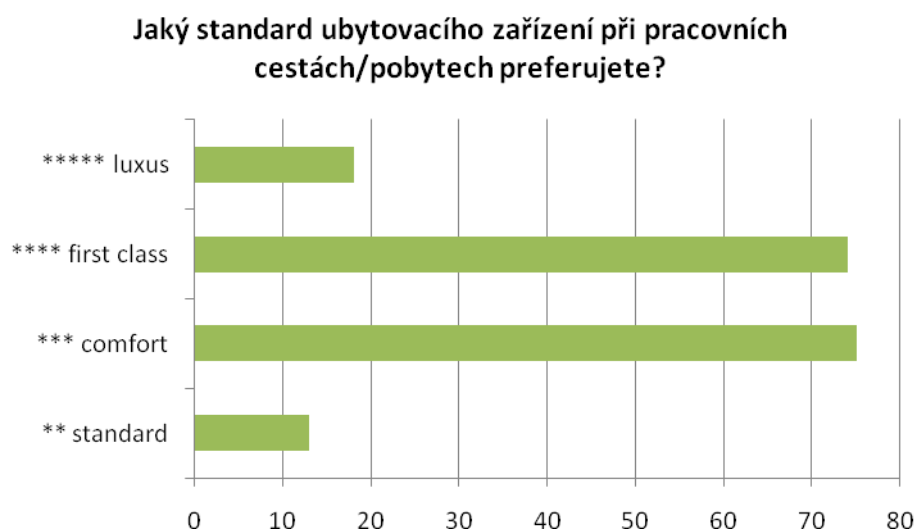
Graf č. 1



Zdroj: vlastní zpracování

85% respondentů dává přednost trávení pracovní cesty v hotelu. Z tohoto důvodu bylo zvoleno jakou ubytovací zařízení hotel. Ostatní možnosti jsou zanedbatelné.

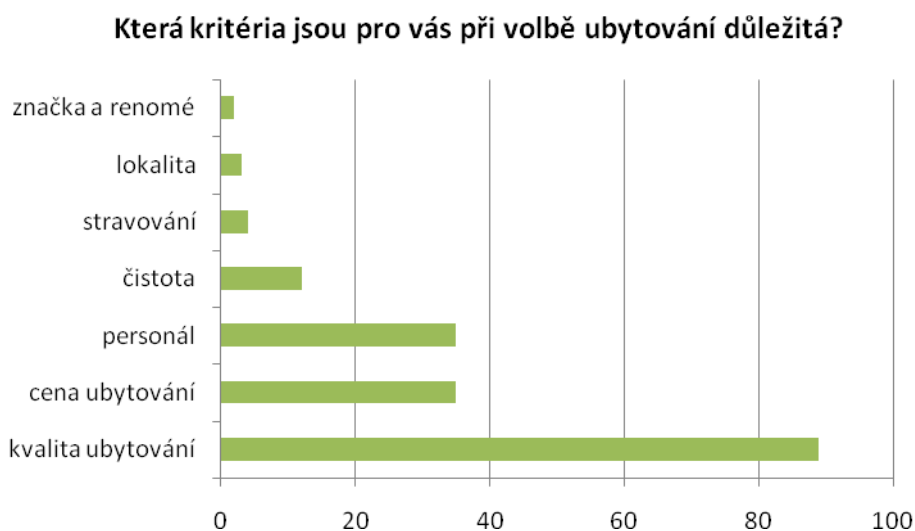
Graf č. 2



Zdroj: vlastní zpracování

Tento graf ukazuje, že tříhvězdičkové a čtyřhvězdičkové zařízení jsou vyrovnaná. Tříhvězdičkovým zařízením dává přednost 42% respondentů, čtyřhvězdičkovým 40%. Na základě Strategického plánu rozvoje města Uherské hradiště a jeho SWOT analýzy, kde mezi slabé stránky města patří nedostatek ***** ubytovacích zařízení jsem zvolila tento standard.

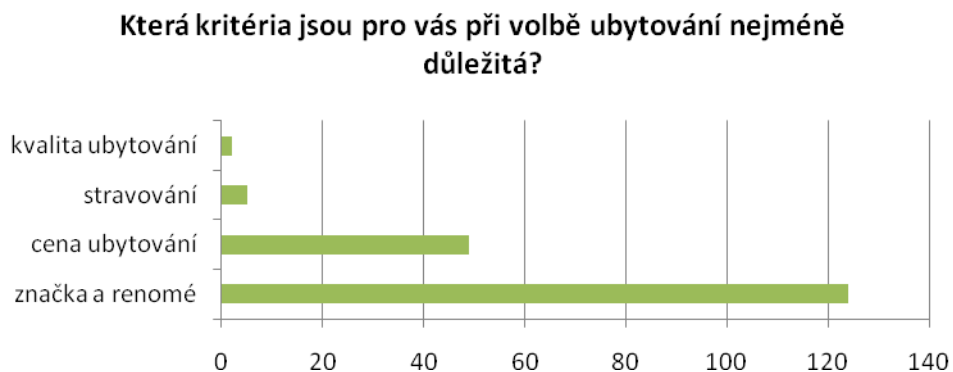
Graf č. 3



Zdroj: vlastní zpracování

Z tohoto grafu lze jednoznačně vyčíst, že respondenti vyžadují kvalitní ubytování, které bude v našem hotelu samozřejmostí.

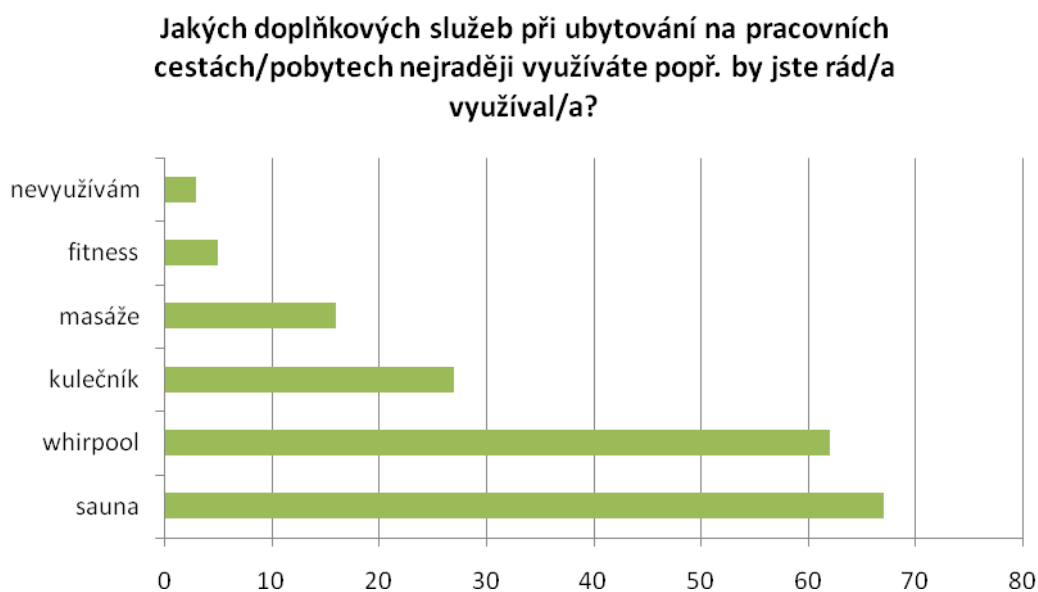
Graf č. 4



Zdroj: vlastní zpracování

Při výběru ubytovacích zařízení se respondenti nejméně soustředí na značku a dobré jméno hotelu. Překvapivé je že na druhém místě se umístila cena za ubytování, z toho vyplývá, že důležitější je již zmiňovaná kvalita služeb, která by ceně měla odpovídat.

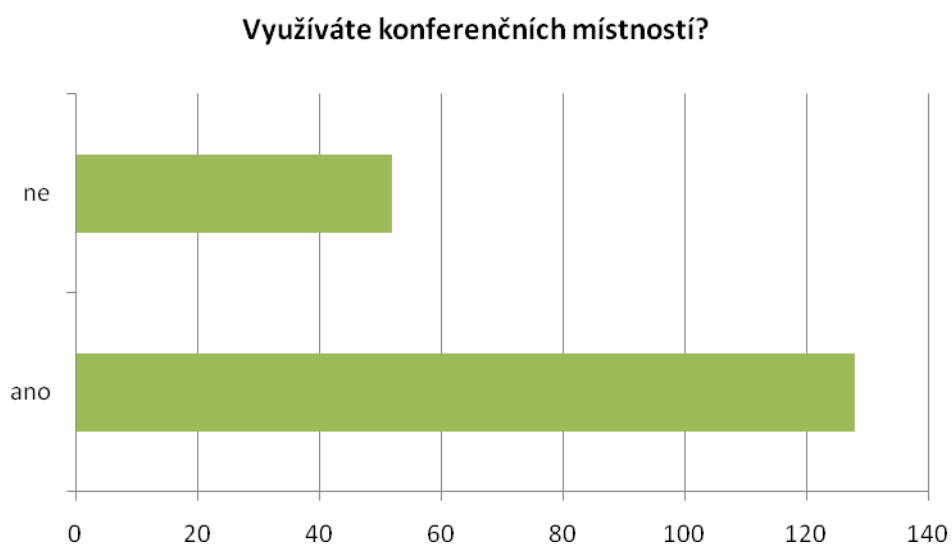
Graf č. 5



Zdroj: vlastní zpracování

Na základě těchto výsledků bylo jako doplňkové vybavení hotelu zvolena finská sauna, whirlpool a kulečník. Na masáže se bude možno objednat u specialistů prostřednictvím recepce.

Graf č. 6



Zdroj: vlastní zpracování

71% dotazovaných při svých pracovních cestách a pobytech využívá konferenčních místností. To je důvod, proč hotel bude mít své vlastní konferenční salonky. Těchto služeb mohou využívat jak hoteloví hosté, tak i veřejnost.

V následující tabulce je uvedena statistika přenocování podle kategorie ubytovacích zařízení v České republice. Pokud srovnáme **** hotely s ostatními ubytovacími zařízeními, tak mají velice dobrou pozici. Musíme uvažovat, že ostatní hotely a penziony nejsou separované, takže počet přenocování je celkový.

Tab. č. 19: hosté, přenocování podle kategorie ubytovacích zařízení

	2. čtvrtletí 2010			3. čtvrtletí 2010			4. čtvrtletí 2010	
	celkem	nerezidenti	rezidenti	celkem	nerezidenti	rezidenti	celkem	nerezidenti
Počet hostů	3 143 069	1 708 769	1 434 300	4 292 574	2 065 746	2 226 828	2 543 678	1 466 195
Hotely a podobná zařízení	2 607 350	1 620 664	986 686	3 006 449	1 884 612	1 121 837	2 305 830	1 425 789
v tom Hotely ****	236 194	221 280	14 914	265 120	249 034	16 086	234 764	214 826
Hotely ****	946 691	726 310	220 381	1 073 688	853 943	219 745	913 290	679 182
Ostatní hotely a penziony	1 424 465	673 074	751 391	1 667 641	781 635	886 006	1 157 776	531 781
Ostatní hromadná ubytovací zařízení	535 719	88 105	447 614	1 286 125	181 134	1 104 991	237 848	40 406
v tom Kempy	124 940	24 255	100 685	687 358	84 860	602 498	5 941	1 382
Chatové osady a turistické ubytovny	91 500	7 904	83 596	171 871	11 346	160 525	39 410	5 186
Ostatní zařízení jinde neuvedená	319 279	55 946	263 333	426 896	84 928	341 968	192 497	33 838

Zdroj: Český statistický úřad [16]

5.2 Srovnání konkurenčních zařízení

Cena ubytování

Tab. č. 20: komparace cen ubytování v konkurenčních zařízení

	Single room	Double room		apartmán		přistýlka
		1 osoba/noc	2 osoby/noc	1 osoba/noc	2 osoby/noc	
Hotel Orsi ****	1200 Kč	1600 Kč	2300 Kč	2000 Kč	2500 Kč	800 Kč
Hotel Slunce ****	1800 Kč	2100 Kč	2850 Kč	2900 Kč	3950 Kč	850 Kč
Hotel u Hejtmána Šarovce ****	1300 Kč	1700 Kč	2400 Kč	2100 Kč	2750 Kč	850 Kč
Hotel Mlýnská ***	900 Kč	1190 Kč	1600 Kč	-	-	400 Kč
Hotel Maxi ***	990 Kč	1 290 Kč	1890 Kč	1390 Kč	1990 Kč	600 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Ceny jsou uvedené včetně snídaní. Z této tabulky vyplývá, že hotel Orsi by byl v Uherském Hradišti ze čtyřhvězdičkových zařízení prozatím cenově nejnižší.

Tab. č. 21: komparace poskytovaných služeb konkurenčních zařízení

	Sauna	Whirpool	Cyklotrasy	Kulečník	Fitness	Letní zahradka	Masáže	Konf. místnost
Orsi ****	ano	ano	ano	ano	ne	ne	ne	Ano
Slunce ****	ne	ne	ano	ne	ne	ano	ne	Ano
U Hejtmána Šarovce ****	Ne	ne	ano	ne	ne	ano	ne	ano
Mlýnská****	ne	ne	ano	ne	ne	ano	ano	ne
Maxi ***	ano	ne	ano	ne	ano	ano	ano	ne

Zdroj: vlastní zpracování

Jako jediný hotel disponujeme vlastní vířivkou a kulečníkem, což je určitě konkurenční výhoda. Saunu vlastní dále hotel Maxi***.

5.3 PEST analýza

PEST analýza udává pohled na prostředí státu či kraje, které je nestabilní a různými vlivy se neustále mění. Rozebírá čtyři klíčové složky: Politické faktory, ekonomické faktory, sociální faktory a technologické faktory.

5.3.1 Politické faktory

Vznik nového podniku je zdoluhavá a nelehká cesta. Abychom mohli začít provozovat činnost, musíme si opatřit svolení městského úřadu, České obchodní inspekce, finančního úřadu, katastrálního úřadu a další nezbytností jsou zajištěné elektrovize.

Díky vstupu České republiky do EU a následnému otevření hranic je nyní možno bezproblémově cestovat. To zapříčiňuje větší příliv zahraničních turistů do země. EU s sebou také přináší negativnější skutečnosti. Musíme dodržovat přísné normy, které se týkají kuchyně, skladových prostor, nákupu speciálních varných zařízení, bezbariérového přístupu apod.

Do politických faktorů patří i faktory legislativní, kam musíme zařadit dodržování daňových zákonů, tzn. Povinnost odvádět státu daň z příjmu, majetkové daně (daň z nemovitosti a silniční daň) a koncesionářské poplatky za využívání televize a rozhlasu odváděné Ochrannému svazu autorskému pro práva k dílům hudebním (OSA). Dále musíme respektovat zákoník práce a dodržovat předpisy bezpečnosti a ochrany při práci.

5.3.2 Ekonomické faktory

Obr. č. 3 a obr. č. 4 nám ukazují vývoj úrokové míry a inflace v posledních letech. Díky poklesu těchto dvou faktorů v posledních letech vzniká příhodné prostředí pro zahájení podnikatelské činnosti. Úvěry jsou výhodnější, neboť výše úroku je podstatně nižší než v minulých letech.

Musíme se také snažit eliminovat neefektivní náklady. Patří sem zbytečné plýtvání energií, které je sice v rámci měsíců zanedbatelné, ale za pár let se nešetrné jednání projeví jak ve

fakturách za odběr energií, tak i na životním prostředí. Výhodné je samozřejmě i sledování různých akcí a slev, které někdy dokáží ušetřit i desetitisíce.

Obr. č. 3 Vývoj hypotečního trhu v ČR



Zdroj: finance.idnes.cz [18]

Obr. č. 4 Vývoj inflace od roku 1989

Vývoj inflace v ČR od roku 1989		
rok	míra inflace [%]	graf
1988		
1989	1,4	<div></div>
1990	9,7	<div></div>
1991	56,6	<div>>></div>
1992	11,1	<div></div>
1993	20,8	<div></div>
1994	10,0	<div></div>
1995	9,1	<div></div>
1996	8,8	<div></div>
1997	8,5	<div></div>
1998	10,7	<div></div>
1999	2,1	<div></div>
2000	3,9	<div></div>
2001	4,7	<div></div>
2002	1,8	<div></div>
2003	0,1	<div></div>
2004	2,8	<div></div>
2005	1,9	<div></div>
2006	2,5	<div></div>
2007	2,8	<div></div>
2008	6,3	<div></div>
2009	1,0	<div></div>
2010	1,5	<div></div>
2011	2,0	<div>(odhad ČM/KOS)</div>
2011	2,2	<div>(odhad MF)</div>

Zdroj: estav.cz [19]

5.3.3 Sociální faktory

Díky rozvoji kongresové turistiky v ČR, růstu služebních cest a zvyšování fondu volného času může náš hotel prosperovat. S rozvojem mikroregionu Slovácko se zvyšuje životní úroveň obyvatelstva a návštěvnost města, což by určitě pozitivně ovlivnilo poptávku, na kterou musí hotel pružně reagovat. Dále se zvyšují požadavky klientů a žádají stále více kvalitnější služby a profesionální přístup.

5.3.4 Technologické faktory

Technologické faktory se týkají technického vybavení hotelu. Do tohoto vybavení patří kuchyňská zařízení (mrazicí a chladicí zařízení, varné technologie apod.), vybavení pokojů (minibary, zámky na magnetické karty, apod.), vybavení konferenčních místností (projektory),...

Technologii výrazně ovlivňují již zmiňované normy EU, hlavně v oblasti stravování, jsou zaváděny nové postupy při přípravě hotových jídel, nové postupy na skladování hotových jídel apod. Z tohoto důvodu budou zakoupeny moderní zařízení splňující tyto normy. Dále se masivně rozvíjí počítačová technologie, vysokorychlostní internet je v dnešní době samozřejmostí.

5.4 SWOT analýza

SWOT analýza je velice důležitá, zvláště pokud jde o začínající podnik. Jedná se o identifikování silných stránek, slabých stránek, příležitostí a hrozeb spojených s tímto podnikatelským záměrem. Jelikož podnik ještě nevznikl, můžeme posuzovat jen ty parametry, které lze zohledňovat před započatím podnikání.

S – silné stránky (vnitřní prostředí firmy)

- Přítomnost sauny a vířivky v budově hotelu
- Kvalifikovaný proškolená personál
- Moderní interiér
- Vybavenost pokojů
- Hotelová restaurace, česká kuchyně se slováckými specialitami
- Lokalizace hotelu

- Možnost platby platební kartou

W – slabé stránky (vnitřní prostředí firmy)

- Potřebná velká počáteční investice
- Vzdálenost nákupních středisek
- Nové otevřeno – není stálá klientela
- Bez bezbariérového přístupu
- Bez letní zahrádky

O – příležitosti (vnější prostředí firmy)

- Zájem zahraničních zákazníků o kvalitní ubytování a služby
- Rozšiřování doplňkových služeb hotelu
- Spolupráce se sportovními zařízeními v Uherském Hradišti
- Vytvoření bezbariérového přístupu
- Pozdější vybudování venkovní zahrádky
- Pořádání oslav, rautů, svateb,...
- Financování ze strukturálních fondů EU
- Letní filmová škola, slavnosti vína apod., do města zavítá mnoho návštěvníků a turistů

T – hrozby (vnější prostředí firmy)

- Konkurenční zařízení jsou již v povědomí zákazníků a mají stálou klientelu
- Vstup dalších konkurenčních zařízení na trh
- Nedostatek kapitálových zdrojů
- Rostoucí nároky zákazníků
- Uherské Hradiště patří do záplavového území

6 Doporučení

Takto vzniklému projektu lze navrhnout nemalé množství rad, které by mohly pozitivně přispět podnikání v jakémkoliv ohledu. Nastíním zde klíčová doporučení. V první řadě se jedná o zřízení bezbariérového přístupu, neboť právě tento bod je součástí přísných norem EU.

V letních měsících si zákazníci chtějí vychutnávat svůj oblíbený nápoj či pokrm na čerstvém vzduchu a nasávat atmosféru města, proto zřízení venkovní terasy nebo zahrádky je velkou příležitostí. Dále by se jednalo o rozšiřování nabídky služeb a případného packagingu (sestavování balíčků služeb na míru za zvýhodněnou cenu). V neposlední řadě se jedná o lidský faktor. Touto cestou bych chtěla doporučit manažerům, personálním manažerům apod. aby zaměstnávali opravdu kvalifikované pracovníky, kteří budou reprezentovat hotel v tom nejlepším světle. Samozřejmě tomu musí také odpovídat platové ohodnocení a celkové prostředí podniku. Pokud je zaměstnanec spokojený, nevyvede jej z míry ani ten největší šťoural zákazník.

7 Závěr

Podnikání je pro osoby, které se chtějí osamostatnit, mají rády pocit volnosti. Osoba podnikatele, musí mít dostatečné znalosti v oboru podnikání aby dokázal dovést svůj podnik k požadovaným cílům. Prvním krokem k této mnohdy dlouhé cestě je sestavení podnikatelského záměru.

V teoretické části jsou popsány základní požadavky na podnikatelský záměr. Záleží na předmětu činnosti podnikání, v této závislosti může být podnikatelský záměr obsáhlejší či stručnější.

V praktické části je zpracován samotný podnikatelský záměr pro zřízení ubytovacího zařízení. Jedná se nově vzniklý fiktivní hotel v Uherském Hradišti. V záměru je podrobně popsána nabídka poskytovaných služeb, finanční plán se zaměřením na první měsíc podnikání.

Po zhodnocení celého projektu a na základě analýz a propočtů lze potvrdit životaschopnost fiktivně zřízeného hotelu. Do značné míry byl splněn primární cíl bakalářské práce i cíl osobní.

Seznam použité literatury

a) Knihy

1. BARTON CUNNINGHAM, J., LISCHERON, J. Journal of Small Business management, Defing Entrepreneurshio. JSBM, January, p. 45-61.
2. BERÁNEK, J. Provozujeme pohostinství a ubytování. 1. vyd. Praha : Grada, 2004. 180 s. (Hotely a restaurace). ISBN 80-86724-02-6.
3. BLACKWELL, E. Podnikatelský plán. Překlad. Jiří Tolman. 1. vyd. Praha : Readers International, 1993. 134 s. (Průvodce pro malé a střední podnikatele). ISBN 80-901454-1-8
4. HERČÍKOVÁ, J.; ŠAMSOVÁ, L. Ekonomika pros střední a vyšší hotelové školy. 1. vyd. Praha: Fortuna, 2003. 144s. ISBN 80-7168-827-4.
5. HINGSTON, P. Začněte podnikat. Peter Hingston ; [Z anglického originálu ... přeložil Josef Langmajer]. 1. vyd. Praha : Knižní klub, 2002. 192 s. (Průvodce drobným podnikáním). ISBN 80-242-0838-5
6. KORÁB, V.; MIHALISKO M. Založení a řízení společnosti : společnost s ručením omezeným, komanditní společnost, veřejná obchodní společnost. 1. vyd. Brno : Computer Press, 2005. 252 s. (Praxe podnikatele). ISBN 80-251-0592-X.
7. KORÁB, V.; REŽŇÁKOVÁ M.; PETERKA J. Podnikatelský plán. 1.vyd. Brno : Computer Press, c2007. 216 s. (Praxe podnikatele). ISBN 978-80-251-1605-0
8. SRPOVÁ, J; ŘEHOŘ, V. Základy podnikání. 1. vyd. Praha : Grada, 2010. 427 s. (Expert). ISBN 978-80-247-3339-5.
9. SYNEK, M. Podniková ekonomika. 4. přepracované a doplněné vyd. V Praze : C.H. Beck, 2006. 475 s. Terminologický slovník. ISBN 80-7179-892-4.

10. VEBER, J.; SRPOVÁ, J. Podnikání malé a střední firmy. 2., aktualizované a rozšířené vyd. Praha : Grada, 2008. 311 s. (Expert). ISBN 978-80-247-2409-6.

b) elektronické zdroje

11. *Akopodnikat.sk* [online]. 2006 [cit. 2011-04-10]. Podnikatelský plán. Dostupné z WWW:
<http://www.akopodnikat.sk/index.php?option=com_content&task=category&id=3&id=44&Itemid=74>.
12. *Businessinfo.cz* [online]. 2006-02-01 [cit. 2011-02-17]. Co je podnikatelský plán. Dostupné z WWW: <<http://www.businessinfo.cz/cz/clanek/podnikatelsky-plan/co-je-podnikatelsky-plan/1001521/38517/>>.
13. *Business.center.cz* : *Zákon č. 455/1991 Sb., o živnostenském podnikání* [online]. 2011 [cit. 2011-04-03]. Živnostenský zákon. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/zivnost/cast1.aspx>>. ISSN 1213-7235.
14. *Business.center.cz* : *Shrnutí základních informací o společnostech s ručením omezeným* [online]. 2011 [cit. 2011-05-07]. Společnost s ručením omezeným. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/sro/shrnuti.aspx>>. ISSN 1213-7235.
15. *Business.center.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-04-02]. Akciová společnost. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/formypodn/as/shrnuti.asp>>. ISSN 1213-7235.
16. *Czso.cz* [online]. 2011 [cit. 2011-04-20]. Rychlá informace. Dostupné z WWW: <http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/informace/ccru021011_111.xls>.

17. *business.center.cz* : *Zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník* [online]. 2011 [cit. 2011-04-03]. Obchodní zákoník. Dostupné z WWW: <<http://business.center.cz/business/pravo/zakony/obchzak/cast1.aspx>>. ISSN 1213-7235.
18. *Idnes.cz/finance* : Pokles úrokových sazeb u hypoték se téměř zastavil [online]. 2011-02-16 [cit. 2011-05-06]. Finance.idnes.cz. Dostupné z WWW: <http://finance.idnes.cz/pokles-urokovych-sazeb-u-hypotek-se-temer-zastavil-fxh-/hypoindex.asp?c=A110215_161316_hypoindex_hru>
19. Inlace v ČR : Pokles úrokových sazeb u hypoték se téměř zastavil [online]. 2010-01-17 [cit. 2011-05-07]. Estav.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.estav.cz/finance/inlace.html>>.
20. *ipodnikatel.cz*. [online]. [cit. 2010-12-20]. Dostupné z <http://www.ipodnikatel.cz/userfiles/file/Formy%20podnik%C3%A1n%C3%AD.pdf>.
21. *Managementmania.com* [online]. 2011-01-18 [cit. 2011-04-07]. Marketingové prostředí. Dostupné z WWW: <<http://managementmania.com/index.php/component/content/article/40-ostatni/405-marketingove-prostedi>>.
22. *Vseomarketingu.estranky.cz* [online]. 2010-11-15 [cit. 2011-04-07]. Marketingové prostředí. Dostupné z WWW: <<http://www.vseomarketingu.estranky.cz/clanky/marketing/marketingove-prostredi.html>>.

Seznam zkratek

a. s.	akciová společnost
aj.	a jiné
akc. spol.	akciová společnost
apod.	a podobně
čl.	článek
ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
HO.RE.KA	Sdružení podnikatelů v pohostinství a cestovním ruchu
k. s.	komanditní společnost
kom. spol.	komanditní společnost
mil.	milion
odst.	odstavec
s.r.o.	společnost s ručením omezeným
spol. s r. o.	společnost s ručením omezeným
tzv.	takzvaně
veř. obch. spol.	veřejná obchodní společnost
v. o. s.	veřejná obchodní společnost

Prohlášení o využití výsledků bakalářské práce

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na moji závěrečnou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, zejména § 35 – využití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití školního díla a § 60 – školní dílo;
- беру на ве́доміі, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo na nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, bakalářskou práci užít (§ 35 odst.3);
- souhlasím s tím, že jeden výtisk bakalářské práce bude uložen v Ústřední knihovně VŠB-TUO k prezenčnímu nahlédnutí a jeden výtisk bude uložen u vedoucího bakalářské práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o bakalářské práci, obsažené v abstraktu, budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, bakalářskou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Uherském Hradišti dne 11. května 2011

Adresa trvalého pobytu:

Kosov 99

Zábřeh na Moravě

Veronika Gabrhelová

Přílohy

Příloha 1 Odpisy

Předmět odepisování	Počet kusů	Cena za kus v Kč	Cena celkem v Kč	Doba odepisování v měsících	Odpis za měsíc
Tiskárna	1	27 000	27000	36	750 Kč
Počítačová sestava	1	13 000	13000	36	361 Kč
Notebook	1	10 700	10700	36	297 Kč
LCD televizor	26	4 500	117000	36	3 250 Kč
Telefon	26	400	10400	36	289 Kč
Stolní svítidla	39	700	27300	36	758 Kč
Zámek na magnetické karty	26	4 700	122200	36	3 394 Kč
Výčepní zařízení	1	25 000	25000	36	694 Kč
Myčka skla	1	15 000	15000	36	417 Kč
Klimatizace	2	23 000	46000	36	1 278 Kč
Mikrovlnná trouba	1	3 700	3700	36	103 Kč
Kuchyňský robot	1	5 400	5400	36	150 Kč
Chladicí zařízení	1	30 000	30000	36	833 Kč
Mrazicí zařízení	1	35 000	35000	36	972 Kč
Salamandr	1	14 500	14500	36	403 Kč
Dataprojektor	2	13 000	26000	36	722 Kč
Minibar	26	3 100	80600	36	2 239 Kč
Trezor	1	2 800	2800	24	117 Kč
Kancelářské křeslo 1	1	700	700	24	29 Kč
Kancelářské křeslo 2	1	1 100	1100	24	46 Kč
Kancelářský stůl	1	2 500	2500	24	104 Kč
Kancelářská židle	28	700	19600	24	817 Kč
Skříňka	10	1 200	12000	24	500 Kč
Postel	39	4 500	175500	24	7 313 Kč
Přistýlka	10	70 700	707000	24	29 458 Kč
Noční stolek	39	900	35100	24	1 463 Kč
Matrace	39	3 000	117000	24	4 875 Kč
Křeslo	16	4 000	64000	24	2 667 Kč
Pracovní stůl	26	2 200	57200	24	2 383 Kč
Skříňka	26	2 800	72800	24	3 033 Kč
Pohovka	2	12 000	24000	24	1 000 Kč
Televizní stolek	26	1 550	40300	24	1 679 Kč
Recepční pult	1	35 000	35000	24	1 458 Kč
Jídelní stůl	11	5 000	55000	24	2 292 Kč
Jídelní židle	40	2 000	80000	24	3 333 Kč
Servírovací vozík	1	7 000	7000	24	292 Kč
Skříňka	5	3 000	15000	24	625 Kč
Kuchyňský vozík	2	15 000	30000	24	1 250 Kč
Konferenční stůl	35	2 000	70000	24	2 917 Kč
Konferenční židle	80	6 000	480000	24	20 000 Kč
Projekční plátno	2	4 500	9000	24	375 Kč
Řečnický pult	1	5 000	5000	24	208 Kč
Celkem					105 144 Kč

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha 2 Daňové odpisy

Předmět odepisování	Odpisová skupina	Odpisová sazba	pořizovací cena	Daňový odpis / rok v Kč	Daňový odpis / měsíc
Budova	6	1,02	15 950 000	162690	13 558 Kč
Klimatizace	3	5,5	58 000	3190	266 Kč
Odsávání	3	5,5	45 000	2475	206 Kč
Dřevěný bar	2	11	45 000	4950	413 Kč
Kávovar	2	11	55 000	6050	504 Kč
Konvektomat	2	11	95 000	10450	871 Kč
Kuchyňská výbava	2	11	350 000	38500	3 208 Kč
Varná technologie	2	11	130 000	14300	1 192 Kč
Whirlpool	2	11	170 000	18700	1 558 Kč
Sauna	2	11	100 000	11000	917 Kč
Billiard	2	11	46 000	5060	422 Kč
Celkem					23 114 Kč

Zdroj: vlastní zpracování